

ANALISA SWOT DAN QSPM UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN

(Studi Kasus : Lolly Mania, lollipop permen gula)

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang

Untuk Memenuhi salah Satu Persyaratan Akademik

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik



Disusun Oleh :

WIDDY SAKTI HUGRO ANGGORO

201310140311058

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2017

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISA SWOT DAN QSPM UNTUK MENENTUKAN
STRATEGI PEMASARAN

(Studi Kasus : Lolly Mania, lollipop permen gula)



Disusun Oleh :

WIDDY SAKTI HUGRO ANGGORO

201310140311058

Menyetujui dan Mengesahkan :

Malang, 14 November 2017

Dosen Pembimbing I

Teguh Baroto, ST.MT

NIP : 10897040340

Dosen Pembimbing II

Ir. M. Lukman, MT

NIP : 10893020291

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



Dr. Ilyas Mas'udin., M.log., S.cm., Ph.D

NIP : 10802030364

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan terselesainya tugas akhir ini, penulis terus memanjatkan puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan baik.

Tugas akhir ini memiliki judul “ANALISA SWOT DAN QSPM UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN” dimana pembuatan ini memiliki tujuan sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Teknik (S1) pada jurusan Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang.

Didalam setiap penyusunan tugas akhir ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini juga penulis akan mengucapkan, ucapan terima kasih dengan sangat tulus secara tertulis :

1. Kepada yang terhormat dan selalu saya sayangi orang tua saya Bpk.Hariadi, Ibu.Windarsih dan adik saya Decca Ridho A. Dimana terus memberikan semangat, doa dan dukungan yang terus - menerus sehingga penulis tidak putus asa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bpk. Dr. Ilyas Mas'udin., M.log., S.cm., Ph.D, sebagai ketua jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bpk. Teguh Baroto, ST.MT, selaku pembimbing I dimana selalu memberikan arahan dalam memberikan bimbingan penyusunan tugas akhir ini.
4. Bpk. Ir.M.Lukman, MT, selaku pembimbing II dimana selalu meluangkan waktu dalam melakukan bimbingan didalam lingkungan Universitas maupun diluar lingkungan Universitas, hingga dapat terselesainya tugas akhir ini.
5. Selaku pemilik Lolly Mania Bpk. So'ud yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan penelitian.
6. Kepada saudara Bpk.Ipung dan Bpk.Samuel selaku responden eksternal yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

7. Kepada teman – teman satu perjuangan Teknik Industri 2013 dan kepada teman – teman yang berjuang bersama penulis selama ini, dimana terus memberikan semangat, saran dan masukan yang tidak pernah terputus kepada penulis.
8. Teman spesial saya Dewi Nur aini, dimana terus memberikan motivasi dan terus memberikan semangat maupun masukan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada semua pihak yang telah mendampingi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, dimana tidak dapat penulis sebutkan secara keseluruhan.

Penulis selalu menyadari bahwa didalam penulisan laporan tugas akhir ini masih banyak terdapat sebuah kekurangan dalam berbagai sisi, mengingat adanya keterbatasan penulis seperti wawasan dan pengolahan kata – kata. Untuk itu penulis memita maaf sebesar – besarnya, penulis berharap akan muncul tulisan – tulisan baru sebagai penyempurna tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga tugas akhir yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi perusahaan maupun pembaca pada umumnya. Amin ya rabbal alamin.

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokaatuh.

Malang, 15 November 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar Pengesahan Skripsi	
Lembar Asistensi Skripsi	
Berita Acara Ujian	
Surat Pernyataan Keaslian	
Surat Keterangan Pengambilan Data dari Perusahaan	
Kata Pengantar	i
Abstrak	iii
<i>Abstract</i>	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Batasan Masalah	4
1.6. Asumsi	4
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1. Pemasaran	6
2.1.1. Contoh Pemasaran	8
2.2. Proses Pemasaran	8
2.3. Strategi Pemasaran	10
2.3.1. Jenis - Jenis Strategi Pemasaran	10
2.4. Analisa Lingkungan	12
2.4.1. Analisa Lingkungan Internal	12
2.4.1.1. Aspek Pemasaran	12
2.4.1.1.1. (STP) <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	13

2.4.1.1.2. Contoh Aspek <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .	16
2.4.1.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
2.4.1.2.1. Contoh Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	22
2.4.1.3. Aspek Keuangan dan Akutansi	24
2.4.1.4. Aspek Produksi Operasi	24
2.4.1.5. Aspek Sistem Informasi	24
2.4.1.6. Contoh Analisa Lingkungan Internal	25
2.4.2. Analisa Lingkungan External	25
2.4.2.1. Lingkungan Makro	26
2.4.2.2. Lingkungan Industri atau Lingkungan Mikro	27
2.4.2.3. Contoh Analisa Lingkungan External	29
2.5. Jurnal Hasil Penelitian Strategi Pemasaran	30
2.6. Analisa SWOT	32
2.6.1. Contoh Analisa SWOT	33
2.7. QSPM (<i>Quantitative Strategy Planning Matriks</i>)	34
2.7.1. Contoh QSPM	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Flow Cart	36
3.2. Tahapan Survei Pendahuluan	37
3.3. Identifikasi Permasalahan	37
3.4. Pengumpulan Data	37
3.4.1. Metode Pengumpulan Data	38
3.4.2. Tahap Pengolahan Data	39
3.5. (<i>Input stage</i>) Tahap Masukan IFE dan EFE	39
3.6. (<i>Matching stage</i>) Tahap Mencocokkan	44
3.7. (<i>Decision Stage</i>) Tahap Memutuskan	47
3.8. Analisa dan Pembahasan	51
3.9. Kesimpulan dan Saran	51
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	52
4.1. Tinjauan Perusahaan	52
4.2. Pengumpulan Data	54
4.2.1. Analisa Faktor Internal	54
4.2.2. Analisa Faktor Eksternal	59
4.3. Pengolahan Data	65
4.3.1. (<i>Input Stage</i>) Tahap Masukan IFE dan EFE	65
4.3.2. (<i>Matching Stage</i>) Tahap Mencocokkan	69
4.3.3. (<i>Decision Stage</i>) Tahap Memutuskan	72
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN	74
5.1. Analisa	74
5.1.1. Analisa Matriks IFE dan EFE	74
5.1.2. Analisa Matriks SWOT	77
5.1.3. Analisa QSPM	78

5.2. Pembahasan	79
BAB VI PENUTUP	82
6.1. Kesimpulan	82
6.2. Saran	83
Daftar Pustaka	84
Lampiran	86



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh Analisa Lingkungan Internal	25
Tabel 2.2 Contoh Analsia Lingkungan Eksternal	30
Tabel 2.3 Contoh Matrik SWOT	33
Tabel 2.4 Contoh Matrik QSPM	35
Tabel 3.1 Ilustrasi Faktor IFE EFE	40
Tabel 3.2 Skala Penilaian	40
Tabel 3.3 Penilaian Bobot Faktor IFE dan EFE	41
Tabel 3.4 Ilustrasi Pemberian Skala Penilaian IFE	41
Tabel 3.5 Bentuk Penilaian Bobot IFE	42
Tabel 3.6 Ilustrasi Matriks Internal (IFE)	44
Tabel 3.7 Matriks Eksternal (EFE)	44
Tabel 3.8 Matriks SWOT	46
Tabel 3.9 Ilustrasi Langkah 5	49
Tabel 3.10 Matriks QSPM	50
Tabel 3.11 Ilustrasi Matriks QSPM	50
Tabel 4.1 Faktor Kekuatan dan Kelemahan Internal	59
Tabel 4.2 Nama dan Alamat Pesaing	63
Tabel 4.3 Faktor Peluang Eksternal	64
Tabel 4.4 Faktor Ancaman Eksternal	65
Tabel 4.5 Penentuan Bobot Internal dan Eksternal	66
Tabel 4.6 Penentuan Rating Internal dan Eksternal	67
Tabel 4.7 Matriks IFE	68
Tabel 4.8 Matriks EFE	69
Tabel 4.9 Matriks SWOT	70
Tabel 4.10 Hasil Pengisian QSPM	73

Tabel 5.1 Faktor IFE dan EFE	74
Tabel 5.2 Faktor Kekuatan	75
Tabel 5.3 Faktor Peluang	75
Tabel 5.4 Faktor Ancaman	76
Tabel 5.5 Faktor Kelemahan	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasara.....	7
Gambar 2.2 Konsep Pokok Pemasaran	7
Gambar 2.3 Sistem Pemasaran Sederhana	8
Gambar 2.4 (STP) <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	16
Gambar 2.5 Bauran Pemasaran	18
Gambar 2.6 Saluran Distribusi	22
Gambar 2.7 Kekuatan Persaingan Dalam Industri	29
Gambar 3.1 Flow Cart	36
Gambar 3.2 Kuadran SWOT	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Lolly Mania	52
Gambar 4.2 Produk Lolly Mania	53
Gambar 4.3 Kuadran SWOT	71
Gambar 5.1 Contoh Variasi Produk	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Operasional dan Produk	87
Lampiran 2 Diskusi Dan Wawancara	88
Lampiran 3 HPP (Harga Pokok Produksi) Lolly Mania	93
Lampiran 4 Estimasi Biaya Pengiriman Yang Dibebankan Kepada Pembeli .	95
Lampiran 5 Kuesioner Penilaian Penentuan Bobot	96
Faktor Strategi Internal Lolly Mania Permen Gula (R.1)	96
Faktor Strategi Internal Lolly Mania Permen Gula (R.2)	98
Kuesioner Penilaian Penentuan Bobot	100
Faktor Strategi Eksternal Lolly Mania Permen Gula (R.1)	100
Faktor Strategi Eksternal Lolly Mania Permen Gula (R.2)	102
Lampiran 6 Kuesioner Penilaian Penentuan Rating	104
Faktor Strategi Internal Lolly Mania Permen Gula (R.1)	105
Faktor Strategi Internal Lolly Mania Permen Gula (R.2)	107
Kuesioner Penilaian Penentuan Rating	109
Faktor Strategi Eksternal Lolly Mania Permen Gula (R.1)	110
Faktor Strategi Eksternal Lolly Mania Permen Gula (R.2)	112
Lampiran 7 Kuesioner QSPM	114

DAFTAR PUSTAKA

- Baroto, T., & Purbohadiningrat, C., 2014. *Analisa strategi pengembangan bisnis PPOB KIPO menggunakan analisa SWOT dan QSPM*. Jurnal, Teknik Industri : Universitas Muhammadiyah Malang, Vol 15, No 1, pp 88-102.
- BPS – *Statistics of Malang City*, 2011. *Malang Dalam Angka Malang City in Figures BPS Catalogue* : 1403.5373. Malang : Penerbit BPS.
- David, F. R., & David, F. R. 2015. *Strategic management concepts and cases Fifteenth Edition*. Englen : Pearson Education Limited.
- Jatmiko, RD., 2003, *Manajemen stratejik*. Malang : UMM PRESS.
- Kotler, P. 1989, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-5 Jilit 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G., 1994, *Dasar - dasar Pemasaran*, Edisi ke-6 Jilit 1. Jakarta : Intermedia.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., dan Armstrong, G., 2005. *Principles of Marketing Fourth European Edition*. Englen : Pearson Education Limited.
- Putri M, D., & Widodo M. S., 2015. *Komparasi analisis SWOT dan SPACE dalam menetapkan strategi bisnis berdasarkan kondisi lingkungan perusahaan pada perusahaan outsourcing*. Jurnal, Program studi akuntansi : UKDW, Vol 10, No 2, pp 201-222.
- Rangkuti, F. 2003. *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rusdiansyah, 2016. *Analisa Strategi Aplikasi Penagihan dengan Metode SWOT*. Jurnal, Program studi manajemen informatika : AMIK BSI, Vol 3, No 1, pp 145-153.
- Setyorini H., Effendi M., & Santoso I., 2016. *Analisa strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan QSPM (Studi kasus: Restoran WS soekarno Hatta Malang)*. Jurnal Teknologi dan manajemen agroindustri : Universitas Brawijaya Malang, Vol 5, No 1 pp 46-53.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Andi Yogyakarta.

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. 2015. *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. Jurnal, Fakultas ilmu adminitrasi : Universitas Brawijaya Malang.Vol 29, No 1, pp 59-66.

